人を「射抜く」文章力講座

2020年6月3日（水）

Asuka Kawaguchi

自己紹介／ライターとしての実績

2007年3月東京工芸大学芸術学部写真学科卒

2007年～2020年写真館でカメラマンとして勤務

2015年3月～むしろ台所診療所開設（長女2歳、次女0歳3ヶ月）

2015年9月～トキノスタジオ（写真のブログ）開設

2016年3月～2018年6月　オーガニックWEBマガジンIN YOU　ライターとして働く

ブログを始めた動機

- 自分の個性を活かして収入を得られることに強く興味を持った→「ブログ飯」
- わかりあえる仲間に出会いたかった
- 上にいく人は文章力がすごい

2015年3月～ブログ「むしろ台所診療所」

西原式育児、削らない虫歯治療、予防接種慎重派、薬なし育児。姉妹の母が家族を病気から守るための情報発信中

2015年9月～ブログ「トキノスタジオ」

プロカメラマン／二児の母が子供の撮り方や写真整理について発信しています

オーガニックWEBマガジンINYOU

2016年3月～2018年6月ライターとして月1～2本執筆

「射抜く」文章とは

- 刺さる文章

読んだ人が、人に話したくなるか

読んだ人が、行動したくなるか

読んだ人が、ハッピーになるか

引用「1秒で刺さる書き方」中谷彰宏著

- 射抜く文章

その人の発信に対して絶対的な信頼を寄せている

なぜ文章が書けないのか？

ゼロからIに行くために
名作書写し文章術

- 高橋フミアキ「名作書き写し文章術」
- 名作を書き写すと間違いなく文章を書く力が伸びていく

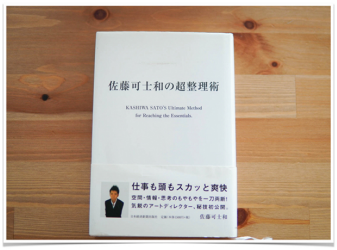
批判・誹謗中傷との付き合い方

- 批判・誹謗中傷に耐性のある人はいない。怖くて当たり前！
- 批判・誹謗中傷する人に大した行動力はない

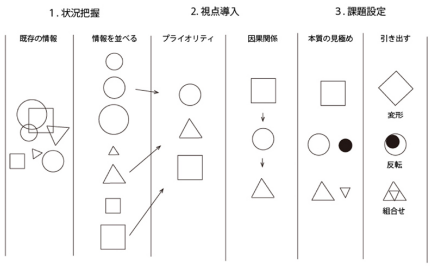
私が目指している発信

- 読む人が豊かになるような情報
- 情報を発信することで、生き物として本来の育児を取り戻し、笑顔溢れる親子を創り出す

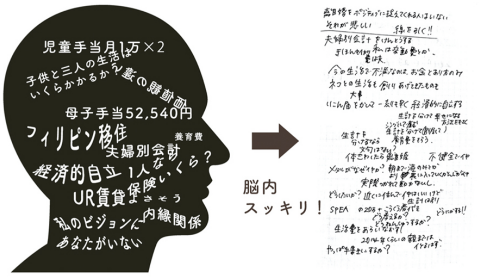
文章力＝整理するチカラ



- 空間の整理術
- 情報の整理術
- 思考の整理術

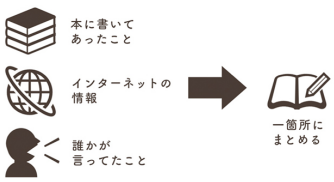


自分の思考回路の整理を行うことで、文章からあいまいな部分が消えて、相手に明確に伝わるようになる



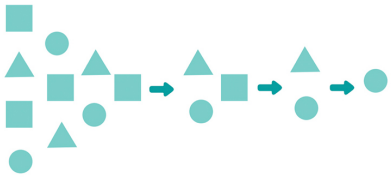
頭の中にある思考は
必要な情報が見えてない

見える化する



一つのテーマについて一箇所に情報をかき集める

イラストも講座も膨大な情報を一箇所にかき集める作業から。俯瞰で眺めてそのテーマの本質を見抜いていく＝わかりやすさ



文章を書くための情報を並べてみる　プライオリティをつける　いらないものを捨てる

文章の設計図を作る

- 『伝わる文章が「速く」「思い通り」に書ける87の法則』山口達朗著
- ライターを始めた頃、とにかく書くのが遅いことが悩みだった
- 書くのに時間がかかる原因の大半は「書くための準備ができていない」

遅筆な人の悪習慣

▪書くときになって、何を書こうか考える（テーマが未定）

▪書くときになって、どう書こうか考える（切り口が未定）

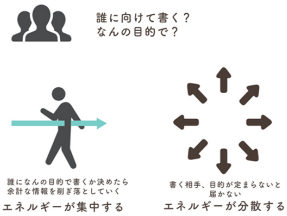
▪書くときになって、流れ（構成）を決める（流れが未定）

▪書くときになって、情報を集め始める（素材不足）

引用『伝わる文章が「速く」「思い通り」に書ける87の法則』山口達朗著

ターゲットが決まっていない文章には伝わる力がない

- 長年ウェディングの広告を作るのに「マタニティも！再婚カップルも！和装も！ペットと一緒に！」とまんべんなく届くように書いていたけど、「結婚したけど和装着てない人、生花が好きな人」というターゲットに絞って広告を打ったら短期間でものすごい件数になった！！
- 絞れば絞るほど、その人や、似たような人種に刺さる



文章の目的を決めると着地点が決まる

目的を持たずに文章を書くのは、地図を持たずに旅に出るようなもの

文章の設計図

読んだ人がいてもたってもいられない型がある

- 『一瞬で人の心を操る「売れる」セールスライティング』村上むねつぐ著
- 人を引きつける面白い文章にはコツ、パターン、テンプレート（型）がある
- 会ったこともない人を信頼するのはどんな時？

成功を体験させられた時

- ブログで紹介していた本や商品、方法が良かった体験など
- 「お金ではなく、信用を貯める時代」byキンコン西野

何かと理由をつけて行動しない人を動かす、行動心理学

どんな情報があると、思わず行動してしまうというのは人によって違う

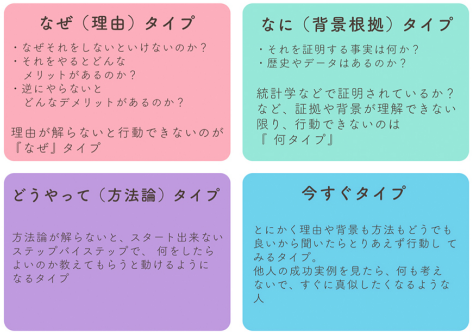
1：なぜタイプ（理由タイプ）

2：なにタイプ（背景根拠タイプ）

3：どうやってタイプ（方法論タイプ）

4：今すぐタイプ（とりあえず行動するタイプ）

引用『一瞬で人の心を操る「売れる」セールスライティング』村上むねつぐ



どこの媒体で書くか？SNS、ブログの特性

SNSとブログの一番大きな違いは、情報の性質

SNS（Instagram、Twitter、Facebookなど）→フロー型

ブログ（アメブロ、note、Wordpress）→ストック型

SNS、ブログの特性／ストック型とフロー型

SNS Instagram、Twitter、Facebook	最新情報など常に流れていく情報 速報性・瞬発力の高さが特徴で、いま起きていることをいま発信できて、ユーザーはその情報をすぐに見ることができる
ブログ アメブロ 、note、Wordpress	いつでも参照できて、過去にさかのぼって検索しやすい Google・Yahooの検索ページに載るまで2〜3ヶ月かかる

国内主要SNS

	ユーザー数	ユーザー層	投稿方法
Facebook	約2600万人	ユーザー層10代が極端に少なく、40代中心で男性がやや多い3大SNSの中では60代の利用が最も多い	テキスト（リンク）、テキスト+画像、テキスト+動画
Twitter	約4,500万人	20代が最も多く、年代が上がるほど男性の比率が上昇	テキスト（リンク）、テキスト+画像、テキスト+動画※日本語は最大140文字という制限あり
Instagram	約3,300万人	20〜40代が中心であり、30代以下は女性比率が60%を超えている	写真・動画＋テキスト
Youtube	約6,200万人	10〜20代のYouTubeの利用状況は90%を超えており、ほかの年齢層と比較しても利用率の高さが際立つ。また、30〜40代の利用状況も80%を超えているため、幅広い年齢層から高い確率で視聴されていることがわかる	動画＋テキスト

自分の発信スタイルに合ったSNSを選ぶ

- 自分がターゲットとして狙っているユーザー層がどんなSNSを利用しているか？
- 自分が得意とする発信は何か？（動画／写真／文章）